

Implementasi Etika Bisnis Islam Pada UMKM Es Tungtung dan Salome Pakde Sabar

Sonyatul Jannah, Yarno Eko Saputro

Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Nurul Falah Air Molek

Sonyaamk17@gmail.com, yarno34@gmail.com

Abstrak

Pada saat ini masih banyak pelaku bisnis yang belum menerapkan etika bisnis yang baik, masih banyak pelaku bisnis yang terlibat dalam transaksi riba, melakukan gharar, mengurangi timbangan, dan melakukan penipuan. Dengan permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti apakah UMKM Es Tungtung dan Salome Pakde Sabar selaku pemilik usaha di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu, yang di mana pemiliknya beragama Islam telah mengimplementasikan atau menerapkan etika bisnis Islam dalam proses kegiatan usahanya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Sumber data yang diperoleh adalah data primer dan sekunder dengan teknik pengambilan data adalah melakukan pengamatan, observasi, wawancara serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Es Tungtung dan Salome Pakde Sabar telah menerapkan beberapa prinsip-prinsip etika bisnis Islam pada bisnisnya, seperti menerapkan kejujuran menggunakan bahan baku yang bagus, selalu bertanggung jawab terhadap produk yang dijual, selalu bersikap adil dengan tidak membedakan konsumen atau pelanggan, dan selalu bersikap ramah. Dengan menerapkan etika bisnis Islam membawa dampak positif bagi Pakde Sabar, yaitu meningkatkan kepercayaan pelanggan, memperluas pasar, dan meningkatkan keuntungan. Dalam melakukan kegiatan pemasaran, pelaku ekonomi harus memahami dan mengamalkan prinsip dan nilai Islam berdasarkan sumber Al-Quran dan Hadits.

Kata Kunci: Implementasi, Etika Bisnis Islam, UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah).

Abstract

At this time there are still many business people who have not implemented good business ethics, there are still many business people involved in usury transactions, committing gharar, reducing scales, and committing fraud. With these problems, researchers are interested in examining whether the Tungtung Ice and Salome Pakde Sabar MSMEs as business owners in Lirik District, Indragiri Hulu Regency, where the owners are Muslims, have implemented or applied Islamic business ethics in the process of their business activities. This research uses a qualitative descriptive method with a case study approach. The data sources obtained are primary and secondary data with data collection techniques are observation, observation, interviews and documentation. The results showed that Es Tungtung and Salome Pakde Sabar MSMEs have applied several principles of Islamic business ethics to their business, such as applying honesty using good raw materials, always being responsible for the products sold, always being fair by not discriminating against consumers or customers, and always being friendly. Applying Islamic business ethics has a positive impact on Pakde Sabar, namely increasing customer trust, expanding the market, and increasing profits. In conducting marketing activities, economic actors must understand and practice Islamic principles and values based on the sources of the Quran and Hadith.

Keywords: Implementation, Islamic Business Ethics, MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises).

PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi merupakan aktivitas manusia memahami bagaimana membuat pilihan dan bagaimana mereka menjalankan pilihan tersebut. Kegiatan ekonomi dapat berupa bidang produksi, konsumsi, dan distribusi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kegiatan ekonomi juga dilakukan dalam Islam. Namun ekonomi dalam Islam berbeda dengan konvensional, yang di mana konvensional hanya untuk mencari *utilitas* serta keuntungan, sedangkan dalam Islam tidak hanya keuntungan saja tetapi untuk tujuan akhir *Falah* yaitu kesejahteraan dunia dan akhirat. Sehingga, seluruh umat Islam harus mengedepankan kepraktisan dalam melakukan aktivitas ekonomi serta harus berpedoman mengikuti prinsip-prinsip ekonomi Islam. Yang di mana prinsip-prinsip ekonomi Islam meliputi pemerataan tenaga kerja, kebebasan, efisiensi, keseimbangan, dan peluang (Pusat Penelitian dan Pengembangan Ekonomi Islam, 2014).

Pembangunan ekonomi semakin cepat karena diperkenalkannya sistem ekonomi yang berbeda di setiap negara. Kegiatan perekonomian tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Tujuan ekonomi di dalam Islam adalah untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Manusia membutuhkan kekayaan di dalam hidupnya untuk memuaskan segala keinginannya dan selalu berupayah untuk memperoleh kekayaan. Salah satu cara untuk mendapatkannya adalah dengan bekerja, berdagang atau bisnis. Islam mewajibkan seluruh umat Islam untuk bekerja. Kerena bekerja dalam Islam ialah salah satu hal terpenting yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan juga bekerja termasuk kedalam ibadah (Norvadewi 2015).

Saat ini perkembangan dunia usaha telah mengalami kemajuan pesat dan keberadaannya dianggap sebagai salah satu alternatif bagian dari dunia usaha. Bisnis merupakan salah satu cara seripa orang mendspatkan penghasilan. Banyak orang mencari nafkah dari usah amikro dan makro. Didasari oleh modal yang relatif kecil dan dibarengi dengan pengalaman usaha untuk menjamin kebutuhan konsumen, sehingga potensi usaha lebih besar dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat. Salah satu bentuk usaha dalam perekonomian adalah keterlibatan dalam kegiatan yang dilakukan oleh UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). Di Indonesia UMKM memberikan kontribusi yang sangat signifikan terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia, seperti dapat menciptakan lapangan pekerjaan, peningkatan pendapatan masyarakat dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Dengan 99% unit usaha, UMKM memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pada tahun 2023, ada sekitar 66 juta pelaku usaha UMKM; kontribusi mereka mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, atau Rp9.580 triliun. Sekitar 117 juta orang, atau 97% dari total tenaga kerja, dipekerjakan oleh UMKM (Kadin Indonesia, 2024).

Tahun	2018	2019	2020	2021	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64,19	65,47	64	65,46	66
Pertumbuhan (%)		1,98%	-2,24%	2,28%	1,52%

Dalam ilmu ekonomi Islam, tujuan suatu bisnis bukanlah mempunyai tujuan semata-mata untuk memaksimalkan keuntungan, seperti yang dilakukan oleh seorang kapitalis yang berprinsip bahwa keuntungan yang besar dapat diperoleh dengan biaya yang rendah, ia menyatakan bahwa perusahaan fokus pada keuntungan dan menghalalkan segala cara. Islam melarang adanya penipuan, riba, kecurangan, adanya sumpah palsu, penyuaipan serta perbuatan salah lainnya dalam melakukan usaha. Namun dalam Islam terdapat garis dan batasan antara apa yang diperbolehkan dan tidak, apa yang benar dan apa yang salah, apa yang halal dan apa yang haram. Garis batas atau demarkasi inilah disebut etika. Perilaku bisnis dan komersial tidak dari yang namanya nilai moral dan etika bisnis. Sangat penting bagi para pelaku bisnis untuk memasukkan aspek nilai moral dan etika ke dalam

kerangka atau ruang lingkup bisnisnya. Demikian pula jika ketentuan syariah tidak diikuti maka perdagangan akan terganggu (Alie Yafie, dkk, 2003).

Etika bisnis Islam adalah seperangkat nilai dan prinsip yang harus dipatuhi umat Islam dalam menjalankan bisnis. Nilai dan prinsip-prinsip tersebut harus bersumber dari Al-Quran dan Hadits. Etika bisnis Islam bertujuan untuk menghasilkan kegiatan bisnis yang adil, jujur, bertanggung jawab dan bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat. Masyarakat Kecamatan Lirik dan sekitarnya sudah tidak asing lagi dengan kata penjual "Salome" yang sering terlihat dimana-mana. Kata "Salome" mungkin terdengar asing bagi orang-orang dari daerah lainnya yang baru mendengarnya. Salome merupakan makanan yang dijual di pinggir jalan yang bahan utamanya adalah tepung kanji yang dicampur dengan bumbu seperti daging ayam, sapi atau ikan, dan biasanya disantap dengan berbagai macam saus. Dan es tungtung juga merupakan makanan yang terkenal.

Pakde Sabar telah menjalankan usahanya selama lebih dari 10 tahun dan terus eksis hingga saat ini. Meski banyak persaingan yang dihadapi Pakde Sabar, namun tetap mampu mempertahankan usahanya. Selama ini banyak konsumen yang mengetahui dan tertarik dengan produk Bisnis Es Tungtung dan Salome Pakde Sabar. Pakde Sabar adalah salah satu perwakilan penjualan Bisnis Kecil Islami yang menerapkan prinsip etika bisnis Islam untuk menciptakan nilai bagi konsumen.

Berdasarkan latarbelakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk mengkaji bisni UMKM Pakde Sabar produk es tungtung dan salome, apakah sudah mengimplementasikan atau menerapkan etika bisnis Islam atau belum. Penelitian ini penting untuk menunjukkan dengan penerapan etika bisnis Islam dapat meningkatkan dan mengembangkan usaha yang dijalankan, apalagi juga bisa membantu perekonomian masyarakat dengan cara yang halal. Oleh sebab itu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **"Implementasi Etika Bisnis Islam Pada UMKM Es Tungtung dan Salome Pakde Sabar."**

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Etika Bisnis Islam

Menurut Faisal Badroen, dkk (2015), istilah "etika" berasal dari kata Yunani "ethos", yang berarti "budi pekerti" atau tata krama. Etika adalah bidang studi tentang moralitas dan prinsip-prinsip berperilaku yang menjadi pedoman. Disebut "akhlak" dalam bahasa Arab, bentuk jamak dari kata "khuluq", yang berarti "budi pekerti." Menurut Ali Hasan (2009), etika dan moralitas dapat didefinisikan sebagai kebiasaan atau cara yang mengacu pada tindakan, sikap, atau tingkah laku manusia yang dianggap benar atau salah. Dengan kata lain, moralitas atau etika adalah sikap yang tegas dan mendasar yang dengan mudah menghasilkan tindakan di dalam dan di luar pola hubungan antara manusia dengan dirinya sendiri (Ahmad Kamaluddin, dkk, 2010).

Secara etimologis, bisnis dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan di mana seseorang atau sekelompok orang melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan (Abdul Aziz, 2013). Bisnis juga dapat mencakup segala aktivitas yang menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan orang. Menurut Buchari Alma (2001), istilah "badan usaha" biasanya mengacu pada tiga hal: badan usaha perseorangan, seperti industri rumahan; badan usaha besar, seperti PT, CV, dan koperasi; dan badan usaha yang terintegrasi dalam struktur ekonomi suatu negara.

Menurut Abdul Aziz (2013), etika bisnis Islam adalah upaya untuk mengidentifikasi etika dan pelanggaran dan kemudian mengikuti etika tersebut bersama dengan pemangku kepentingan perusahaan dalam hal produk dan layanan yang dibutuhkan perusahaan. Muhammad Djakfat (2007) menyatakan bahwa titik utama dalam etika Islam adalah menentukan kebebasan dan tanggung jawab manusia karena beriman kepada kemahakuasaan Tuhan. Kebebasan manusia terbatas. Jika manusia

memiliki kebebasan mutlak, mereka telah menantang kekuasaan Tuhan, yang menciptakan semua makhluk, termasuk manusia, dan itu tidak mungkin. Menurut etika Islam, manusia adalah inti dari apa yang Tuhan ciptakan, dan mereka juga dianggap sebagai perwakilan Tuhan di dunia ini.

B. Landasan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

1. Prinsip Kesatuan (Tauhid)

Menurut Muslich (2004), tauhid menjadi dasar dari setiap langkah seorang muslim yang taat dalam menjalankan aktivitas hidupnya. Setiap aspek kehidupan Islam terintegrasi dalam konsep tauhid, baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial, dan keagamaan. Menurut Muhammad dan Lukman Fauroni (2002), kesatuan bisnis tidak hanya mencari keuntungan tetapi juga mencari keridhaan Allah.

2. Prinsip Keseimbangan (Keadilan)

Dalam ajaran Islam, keseimbangan, atau "adl" mengacu pada keselarasan segala sesuatu di alam semesta. Menurut Rafik Issa Bekun (2004), keseimbangan adalah sifat yang selalu berubah yang harus diperjuangkan oleh semua orang Islam dalam kehidupan mereka. Dalam firman-Nya, Allah menyatakan:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كُنْتُمْ وَزَنُوتُوا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

Artinya: Jika Anda menakar, sempurnakan takaran dan timbang dengan timbangan yang tepat, karena itu baik dan tepat untuk digunakan. Itulah yang paling penting bagimu dan akan memiliki hasil yang lebih baik (QS. Al-Isra': 35).

3. Prinsip Kehendak Bebas (Ikhtiyar)

Meskipun nilai-nilai Islam membatasi kebebasan manusia, agama ini memberikan kebebasan kepada manusia untuk melakukan apapun yang mereka butuhkan untuk mengoptimalkan sumber daya yang tersedia untuk mencapai kesejahteraan (Faisal Badroen, ddk, 2015).

4. Prinsip Tanggung Jawab

Konsep tanggung jawab sangat ditekankan dalam agama Islam. Orang-orang harus bertanggung jawab kepada Tuhan di akhirat atas semua yang mereka lakukan dan pilihan mereka. Allah mengatakan:

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ ﴿٣٨﴾

Artinya: Semua orang bertanggung jawab atas apa yang mereka lakukan (QS. Al-Muddassir: 38).

5. Prinsip Kebenaran (Kebajikan dan Kejujuran)

Dalam hal ini, kebajikan dan kejujuran adalah kenaran yang dimaksud. Menurut Muhammad Natadiwirya (2007), kebenaran dalam bisnis berarti perilaku, sikap, dan niat yang benar; kebajikan adalah sikap yang baik dan bermanfaat bagi orang lain; dan kejujuran adalah sikap jujur dalam seluruh proses bisnis tanpa unsur penipuan.

METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan studi kasus. Data deskriptif yang terdiri dari kata-kata tertulis dan lisan tentang orang-orang yang diamati dan perilaku mereka membentuk prosedur penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi deskriptif dari data tertulis, yang termasuk uraian yang diberikan secara lisan oleh individu yang terlibat secara langsung dengan subjek yang diteliti. Selain itu, karena penelitian ini dilakukan dengan pihak yang terlibat, yaitu pemilik usaha dan konsumen, pendekatan studi kasus digunakan.

Penelitian dilakukan di UMKM produk es tungsung dan salome Pakde Sabar di Kecamatan Lirik, Kabupaten Indragiri Hulu. Lokasi ini dipilih karena sangat strategis dan dikelola dengan baik. Data

primer dan sekunder digunakan. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk menjawab rumusan masalah penelitian, teknik pengolahan data triangulasi dan triangulasi digunakan. Hasil wawancara dan observasi di lapangan digunakan sebagai acuan untuk penarikan kesimpulan. Triangulasi adalah proses menemukan pola dalam data atau informasi yang dikumpulkan dari berbagai sumber untuk mengurangi biaya yang mungkin terjadi selama pengumpulan dan analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum UMKM Produk Es Tunggung dan Salome Pakde Sabar

UMKM produk es tungtung dan salome Pakde Sabar didirikan oleh Bapak Sutiman biasa yang dengan sebutan Pakde Sabar dan sekarang diteruskan oleh istri Pakde Sabar yang bernama Ibu Winarsih. Pakde Sabar sudah berjualan dari tahun 1997 sampai dengan sekarang, yang di mana pada saat itu Pakde Sabar berjualan keliling dengan mengendarai sepeda Sooy ke daerah-daerah Lirik, Japura, Pasar Ringgit, Petalongan, dan Pasair Sialng Jaya. Dan dari tahun 2005 sampai sekarang berjualannya sudah menggunakan sepeda motor dan menetap di depan Indomaret Lirik.

Hal yang melatarbelakangi Pakde Sabar berjualan adalah untuk mencari rezeki untuk menghidupkan dan mencukupkan kebutuhan keluarganya. Usaha es tungtung dan salome ini dikelola oleh Pakde Sabar atau Bapak Sutiman bersama istrinya yang bernama Ibu Winarsih dan juga dibantu oleh anak-anak Pakde Sabar. Visi dan misi dalam usaha Pakde Sabar ini iyalah selalu memperhatikan dan menjaga kualitas dari produk yang dijual agar dapat diterima oleh masyarakat luas dan selalu teringat akan cita rasa dari produk yang di jual.

B. Implementasi Etika Bisnis Islam

Dalam wawancara tentang etika bisnis dengan pemilik usaha UMKM produk es tungtung dan salome, Pakde Sabar juga dikenal sebagai Bapak Sutiman disampaikan bahwa "Perilaku bisnis sangat penting karena mempengaruhi maju tidaknya bisnis kita, Jika perilaku kita baik, maka hasil yang kita perjuangkan untuk mencapai tujuan bisnis ini juga akan baik." Menurut Mustaq Ahmad (2001), etika bisnis berusaha mencapai tujuan bisnis melalui transaksi, perilaku, dan hubungan, sedangkan etika tidak dapat dipisahkan dari perilaku hidup manusia.

Menurut Ibu Winarsih, istri Pakde Sabar, "Tujuan kami bekerja bukan hanya untuk mencari nafkah, melainkan untuk mendapatkan ridho Allah SWT dan membawa manfaat bagi diri kami sendiri, orang lain, dan keluarga kami." Hal ini sesuai dengan etika bisnis Islam, yang menekankan betapa pentingnya bisnis yang menghasilkan keuntungan baik di dunia maupun akhirat (Mustaq Ahmad, 2001).

C. Konsep Etika Bisnis Islam

1. Konsep Ketuhanan

Dalam bidang bisnis, konsep ketuhanan adalah ajaran Allah SWT, yang mengatur konsep dasar apa yang dianggap halal dan haram dalam transaksi. Menurut Bapak Sutiman atau Pakde Sabar, "Kami melayani pelanggan serta bertransaksi dengan jujur terlebih dahulu, maka dalam bertransaksi kita harus bekerja dengan jujur karena jika tidak jujur maka dosa ada pada kita dan kita tidak menginginkannya karena niat kami hanya untuk mendapatkan ridha dan ridho dari Allah."

Menurut Muhammad Baqir al-Shadr (2000), nilai-nilai moralitas yang ditemukan dalam sumber ajaran Islam seperti Al Qur'an, Hadist, Ijma' para ulama, dan qiyas mencakup nilai-nilai seperti kesabaran, akhlak, kebenaran, dan bagaimana menghindari kepalsuan, penipuan, kecurangan, dan tindakan kriminal. Demikian pula, agama Islam meminta mereka membantu mereka yang miskin dan melarang mereka bertindak buruk, melanggar hak orang lain, dan menumpuk harta secara ilegal. Tidak seperti konsep etika bisnis tradisional, yang berasal dari keadaan sosial dan pemikiran filsuf

yang mendorong penerapan standar moralitas dalam bisnis (H. Idri, 2016).

2. Konsep Baik dan Benar

Agama tidak dapat berdiri tegak dan stabil tanpa konsep yang baik dan benar. Sebaliknya, sikap orang munafik terdiri dari kebohongan atau omong kosong. Menurut Ibu Winarsih bahwa, Promosi produk harus sesuai dengan kualitas produk karena jika tidak, pelanggan akan menjadi tidak percaya dan kekecewaan pada produk kita, yang pada gilirannya akan mengakibatkan kehilangan pelanggan.”

3. Konsep Tanggung Jawab

Konsep tanggung jawab dalam dunia bisnis adalah salah satu contoh bagaimana perusahaan dapat meningkatkan kehidupan pelanggan, karyawan, dan pemegang saham mereka dengan membagikan kekayaan yang mereka hasilkan. Menurut Ibu Winarsih, “Memiliki rasa tanggung jawab sangat penting bagi kami; contohnya, kami segera berusaha menyelesaikan masalah jika pelanggan merasa tidak puas dengan layanan kami. Selain itu, sebagai produsen, kami harus terima dengan lapang dada jika pelanggan komplain tentang masalah produk kami dan segera mengambil tindakan untuk menyelesaikannya demi nama baik produk kami.” Tanggung jawab terkait dengan pelaksanaan amanat karena orang yang bertanggung jawab melakukannya dengan sebaik mungkin. Mengembalikan hak apa pun kepada pemiliknya tanpa melebihi atau mengurangi hak orang lain baik dalam bentuk harga atau upah disebut amanat.

Dalam dunia bisnis, tanggung jawab memiliki banyak konsekuensi, yaitu: (1) Tanggung jawab didefinisikan sebagai kemampuan untuk melakukan apa yang harus dilakukan dengan sebaik mungkin; (2) Etika peraturan hanya mempertanyakan apakah sesuatu boleh dilakukan, sedangkan sikap bertanggung jawab merasa terikat pada nilai yang akan dihasilkan; (3) Wawasan orang yang siap bertanggung jawab tidak dibatasi oleh nilai yang akan dihasilkan; dan (4) Kesiediaan untuk bertanggung jawab termasuk kesiediaan untuk diminta dan diminta pertanggungjawaban atas tindakannya dalam melaksanakan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (H. Idris, 2016).

4. Konsep Keadilan

Pada dasarnya, keadilan akan memberikan hak kepada setiap orang. Setiap orang memiliki nilai yang sama sebagai manusia, sehingga yang paling penting dari keadilan adalah memperlakukan setiap orang dengan cara yang sama (H. Idri, 2016). Dalam wawancara dengan Bapak Sutiman, juga dikenal sebagai Pakde Sabar, disampaikan bahwa "Setiap konsumen yang datang kami layani sepenuh hati dengan perlakuan yang sama dan adil, pernah terjadi saat stok produk tinggal satu porsi dan ada konsumen yang memesan dan akan diambil nanti, selang beberapa menit ada konsumen ingin membeli juga dan konsumen itu adalah saudara sendiri, dan disinilah kami tidak boleh curang dengan tidak memberikan kepada konsumen terakhir meskipun saudara sendiri. Kami bergantung pada kepercayaan pelanggan, jadi kami harus tetap adil dan konsisten," yang menunjukkan penerapan konsep keadilan.

D. Transaksi Penjualan

Sebuah transaksi adalah gabungan dari dua hal, atau lebih tepatnya, akad, yang digunakan oleh para penjual dan pembeli saat melakukan transaksi. Penjualan, menurut Abdullah Abdul Hasan At-Thariqi (2004), adalah proses di mana kebutuhan pembeli dan penjual dipenuhi melalui kepentingan dan pertukaran. Dengan kata lain, penjualan adalah persetujuan antara penjual dan pembeli di mana penjual menawarkan produknya dengan harapan pembeli akan tertarik dan menyerahkan sejumlah uang yang telah disepakati sebagai pembayaran.

Hasil wawancara dengan Ibu Winarsih disampaikan sebagai berikut: "Untuk melakukan promosi, kami mengenalkan dan menjual produk kami kepada calon pembeli selain pelanggan tetap kami. Pelanggan yang ingin membeli produk kami dalam jumlah besar untuk pesanan pesta biasanya membayar uang muka terlebih dahulu, tetapi jika jumlah kecil atau sedikit tetapi produk masih dalam proses pembuatan dan belum siap untuk dijual, mereka biasanya tetap pesan dan langsung membayar

lunas, atau mereka akan kembali jika produk sudah ada dan mereka tidak perlu menunggu dan membayar uang muka lagi.”

E. Prinsip Penerapan Ekonomi Islam

Proses transaksi dimulai ketika ada kesepakatan antara penjual dan pembeli, yang dikenal sebagai perjanjian atau akad. Transaksi dalam Islam harus dilakukan atas dasar suka sama suka. Tidak ada satu pun yang dipaksa, dianiaya, atau diancam untuk melakukannya. Transaksi suka sama suka harus dilakukan oleh orang yang sadar, berakal, dan dapat memilih (Sri Indah Niken Sari, 2012). Dalam surah An-Nisa, ayat 29, Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Aertinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang tidak sah (tidak benar), kecuali jika itu adalah perniagaan secara sukarela di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu sendiri, karena Tuhan adalah yang terbaik untukmu. Jangan membunuh diri. Sesungguhnya Allah sangat penyayang kepadamu.”

Menurut Philip Kotler (2005), tujuan dari akad ini adalah untuk menjamin bahwa satu sama lain dapat bertindak dengan transparan dan terbuka sehingga tidak ada yang dirugikan atau dibohongi. Menurut penjelasan Bapak Sutiman atau Pakde Sabar, “konsumen yang datang dan membeli produk kami karena mereka suka atau membutuhkannya, sehingga transaksi terjadi tanpa tekanan dari penjual.”

Nabi Muhammad SAW melarang transaksi jual-beli yang mengandung penipuan dan ketidakjujuran. Contoh penipuan termasuk membayar barang yang tidak utuh, berbohong tentang kualitas produk, dan membuat janji yang tidak jujur. Nabi Muhammad dan saudagar muslim lainnya bertindak jujur, mencintai pelanggan, tepat waktu, dan penuh janji (Abdurrahman Zen, 2011 dalam Budi Sufyanto dan Zainol Hasan, 2021). Ibu Winarsih memberi tahu kami bahwa “Membohongi pelanggan atau konsumen sama saja dengan menghancurkan kepercayaan terhadap kita, jika pelanggan merasa tidak puas dengan kualitas produk, mereka dapat mengembalikannya, tetapi hingga saat ini tidak ada pelanggan yang komplain. karena kami selalu menjaga kualitas produk.”

F. Faktor yang mendukung dan yang menghambat

Hasil wawancara dengan Bapak Sutiman atau Pakde Sabar diuraikan sebagai berikut: “Dalam menjalankan bisnis kami, ada faktor yang mendukung dan menghambat. Faktor pendukungnya adalah tingginya minat pelanggan terhadap produk kami, yang dikenal karena kualitasnya yang baik, rasa yang enak dengan penambahan daging ayam asli, melayani di luar jam kerja, dan memberikan pelayanan yang baik dan ramah.”

Selanjutnya, Bapak Sutiman atau Pakde menjelaskan bahwa, “Faktor-faktor yang menghambat perkembangan bisnis yang dialami yaitu: termasuk kurangnya modal yang menghambat pertumbuhan bisnis, selama musim penghujan produksi es turgent dan salome susah untuk memasarkannya dan jalan yang dilalu atau dilewati yaitu jalan tanah liat sehingga susah untuk dilewati karna becek dan licin, dan promosi yang kurang efektif di media sosial yang membuat produk kurang dikenal oleh publik.”

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian dan diskusi di atas, UMKM produk es turgent dan salome Pakde Sabar di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu menggunakan etika bisnis Islam sebagai landasan kegiatan bisnisnya. Mereka menerapkan etika ini dengan berperilaku baik terhadap pelanggan, menjaga kejujuran, menjual produk berkualitas tinggi, murah hati, dan membangun hubungan baik

dengan pelanggan. Dengan menerapkan etika bisnis Islam, mereka berhasil meningkatkan penjualan mereka.

Pemilik usaha UMKM es turgent dan salome Pakde Sabar disarankan untuk selalu mempertahankan menggunakan bahan baku berkualitas tinggi untuk memastikan produk yang dijual selalu baik dan segar. Mereka juga harus selalu menerima saran dan masukan dari setiap pembeli atau pelanggan yang senang dengan produk yang mereka jual.

REFERENSI

- Ahmad, Mustaq. (2001). *Business Ethics in Islam*, terj. Samson Rahman. Jakarta: Pustaka al- Kautsar.
- Ali Yafie, Ahmad Sukaraja, dkk. (2008). *Ensiklopedia Hukum Pidana Islam*. Jakarta: Karisma Ilmu.
- Alma, Buchari. (2001). *Ajaran Islam dalam Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Aziz, Abdul. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Badroen, Faisal, dkk. (2015). *Etika Bisnis dalam Islam*. Cet. Ke-4. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bekun, Rafik Issa. (2004). *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Djakfar, Muhammad. (2007). *Agama, Etika dan Ekonomi*. Malang. UIN-Malang Press.
- Hasan, Ali. (2009). *Manajemen Bisnis Syari'ah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kadin Indonesia. (2024). "UMKM Indonesia," Data dan Statistik UMKM. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>. Diakses pada 10 Juni 2024.
- Kamaluddin, Undang Ahmad dkk. (2010). *Etika Manajemen Islam*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Maksum, Asra dan Musirin. (2012). *Pemikiran Kiai As'ad tentang Ekonomi dalam Islam*. Situbondo: Ibrahimy Press.
- Muslich. (2004). *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Natadiwirya, Muhammad. (2007). *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Granada Press.
- Norvadewi. (2015). *Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif)*. AL TIJARY Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. 1 (1): 33-46.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam UII. (2014). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Siyoto, Sandu., & Sodik, Ali. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.